

第1 消費者をエンパワーするデジタル技術の利活用の意義

1. 消費者問題の現状と背景

- 消費生活相談件数は89万件（2023年度）
 - ・インターネット通販、定期購入、家庭訪販、電話勧誘販売の順に相談件数が多い
 - ・通信販売の消費者問題は各年代に見られる一方、訪問購入、訪問販売、電話勧誘販売等の消費者問題は70歳代以上の割合が最も高い
- **主にデジタル空間で生じる消費者問題は、もはや消費者自身では未然に防ぐことが困難**（フィッシング、偽サイト、SNS広告をきっかけとする問題（副業、投資等）等）

（1）デジタル化及び高齢化の進展

（2）アテンション・エコノミー（※1）の拡大

消費者は、インターネットサービスの利用に際し、アテンション・時間を支払っている。事業者は、消費者のアテンション・時間を奪い合い。

（3）パーソナルデータ（※2）の取得・利用

事業者は、パーソナルデータを取得し、ターゲティング広告、コンテンツのレコメンデーション等に利用。

（4）ダークパターンの増大

デジタル上で消費者の錯誤やバイアスを利用して、事業者側に有利なように意思決定を誘導するケースも。

2. 論点の整理

（※1）人々が払う関心・アテンションや消費時間が経済的価値を持って市場で流通するような経済モデル

（※2）個人情報保護法の個人情報に加え、個人の属性情報等を含む、個人と関係性が見出される広範囲の情報

(1) 非デジタル空間の消費者問題への対応

- 社会がデジタル化しても、非デジタル空間の消費者問題は発生
- 高齢化の進展、独居高齢者の増加

(2) フィッシング、フェイク等への対応

- 事業者の消費者に対する圧倒的な技術的優位性
- 生成AIを利用した、容易に見分けることが難しい高度なコンテンツの生成

(3) 消費者の認知過程への介入への対応

- カウントダウンタイマー等、消費者が気付かないまま誘導・操作されるような事象

(4) パーソナルデータの取扱い

- 消費者からの明確な同意を得ないパーソナルデータの外部送信

(5) 消費者被害の防止と回復のための証拠の把握

- 決済や取引情報の速やかな異常検知
- 消費者被害の証拠となる記録のデジタル技術による把握

上記の論点への対応のためには、消費者法制度による規律、消費者教育・リテラシーによる対応に加え、

デジタル技術を更に利活用し、対応することが重要！

第2 消費者をエンパワーするデジタル技術の実例1

1. 実用されているデジタル技術の例

- (1) 迷惑電話フィルタ、迷惑SMSブロック
- (2) ウェブ上の広告ブロック
- (3) インターネット詐欺セキュリティソフト
- (4) 不正注文検知、不正アクセス検知等
- (5) 家計簿アプリ
- (6) 同意管理ツール
- (7) プライバシー保護アプリ
- (8) ドアホン
- (9) IoT型高齢者見守りシステムサービス
- (10) 高齢者向け見守りコミュニケーションサービス
- (11) マルチモーダル対話エージェント

(2) ウェブ上の広告ブロック

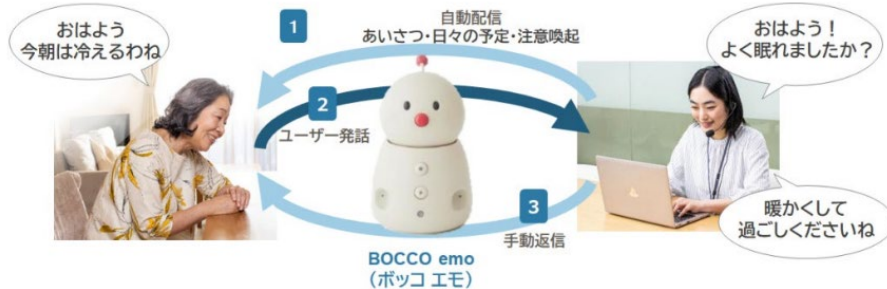
ウェブサイトやアプリ上に表示される広告をブロックし、閲覧したいコンテンツのみを表示



(10) 高齢者見守りコミュニケーションサービス

高齢者の孤独感の解消や、健康増進を目的として、コミュニケーションロボットを活用
特殊詐欺対策や買い物支援に使われているものもある

ロボットを介して **人・社会とつながる** サービス（孤独感の解消・健康増進）



(11) マルチモーダル対話エージェント

消費者の視覚や聴覚等の情報を統合解析・制御し、消費者と自然な対話を行う



第2 消費者をエンパワーするデジタル技術の実例 2

2. 検討・実験中のデジタル技術の例

- (1) オリジネーター・プロファイル
- (2) 偽・誤情報への対応
- (3) ダークパターンの検出
- (4) パーソナルA I

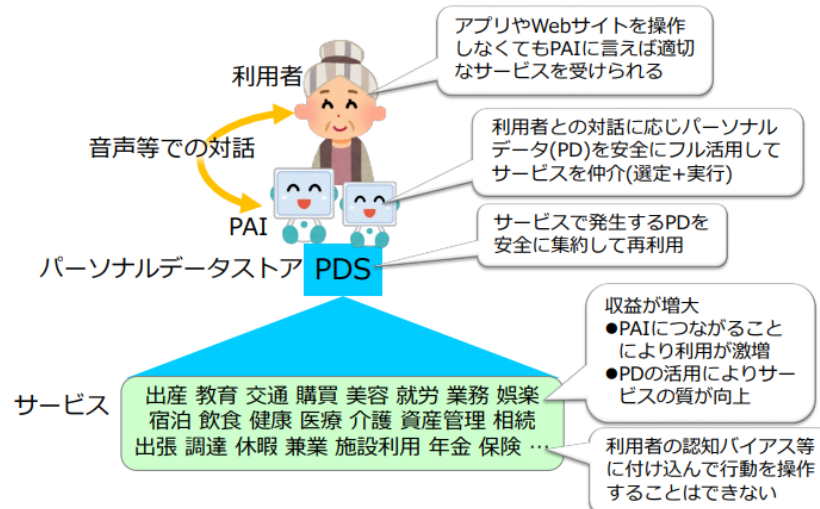
(1) オリジネーター・プロフィール

インターネットのニュース記事や広告などの情報コンテンツに、電子署名技術を用いて発信者を識別可能にする



(4) パーソナルAI

専属で本人のパーソナルデータ（個人情報を含む様々なデータ）の管理運用を代行し、本人に集約されたパーソナルデータを活用し本人をサポート



サービスの仲介

【例1】
利用者: このサブスクはあまり使っていないからやめたいんだけど。
PAI: はい、解約しました。

【例2】
PAI: 去年の所得が少なかったので
児童手当がもらえますよ。
申請しておきますね。
利用者: はい、お願い。
PAI: 児童手当の振り込み先はみず
ほ銀行で良いですか？
利用者: ゆうちょ銀行にして。
PAI: はい、ゆうちょ銀行で申請し
ました。来月から毎月
25,000円ももらえるはずです。

[例3]
利用者: 靴が擦り減ってきたから新しいのを買って。
PAI: 皮靴はあまり履いてないので、2年前に買ったスニーカーですね。

利用者: そうそう。
PAI: 同じ型はもう売ってないの
で代わりにはどうですか？
(写真を2枚提示する) サイズは
合ってます。
利用者: 黒い方がいいね。
PAI: 品川の倉庫に在庫がありますが
ちょうど良いトラックが3日後
です。
利用者: 日曜日に履きたいんだけど。
PAI: では2000高くなりますが明日
届くように手配します。ナイキ
に5,200円、ヤマト運輸に500
円支払いました。

第3 消費者をエンパワーするデジタル技術の更なる利活用に向けた課題

1. 事業者の信頼性の確保、デジタル技術の品質の担保

- 消費者を不利に操作・誘導等しないことなどをまとめた基本理念やポリシー、ガイドラインを策定
- 品質が一定水準にあることの第三者機関による認証 等

2. デジタル技術が抱え得るリスクへの対応

- プライバシー侵害やセキュリティに関するリスク
- 倫理的問題（消費者に対する誤解や過度の影響を与える行為等）等への対応 等

3. デジタル技術の開発・実装に向けたインセンティブの方策

- 事業者の取組を評価する仕組みの導入（認証制度や表彰制度）
- 地方公共団体と連携した取組（実証実験の実施等）

4. デジタル技術の利活用に係る法的責任の整理

- A I の情報に誤りがあった場合などの法的責任や消費者への補償の在り方、製品・サービスの契約時の情報提供の在り方の整理

5. パーソナルデータの取扱いに関する対応

- 通知、同意の在り方、消費者が望まないときの消費者自身の情報の取得・利用・提供停止（オプトアウト）
- パーソナルデータへのアクセス 等の検討

6. 消費者によるデジタル技術の利活用に向けた支援

- デジタル技術に関する各段階に応じた消費者教育・啓発
- 地域ネットワークの担い手不足をデジタル技術で補う取組の検討
- 事業者を評価、モニタリングする消費者団体等の育成・支援 等

委員名簿

(座長)	橋田 浩一	理化学研究所革新知能統合研究センター社会における人工知能研究グループグループディレクター
	相澤 彰子	国立情報学研究所 教授／副所長
	荒井 ひろみ	理化学研究所革新知能統合研究センター人工知能安全性・信頼性ユニットユニットリーダー
	坂下 哲也	一般財団法人日本情報経済社会推進協会 常務理事
	田中 優子	名古屋工業大学大学院工学研究科基礎類 教授
	鳥海 不二夫	東京大学大学院工学系研究科システム創成学専攻 教授
	原田 由里	一般社団法人ECネットワーク 理事
	松前 恵環	駒澤大学グローバル・メディア・スタディーズ学部 准教授
(座長代理)	森 亮二	弁護士法人英知法律事務所 弁護士
	山口 景子	名古屋大学大学院経済学研究科 准教授

※ なお、消費者委員会の黒木和彰委員長代理、柿沼由佳委員、星野崇宏委員及び山本龍彦委員がオブザーバーとして出席。また、大澤彩委員は第8回にオブザーバーとして出席。

デジタル技術の活用のイメージ

	消費者の関心を引く場面	消費者が特定の事業者とのやりとりをする場面	契約締結後
非ネット空間	【接点コントロール】 ・迷惑電話フィルタ ・ドアホン AI ①	【証拠の記録】 ・ドアホン AI ③	【潜在的な被害の検知】 ・家計簿アプリ ・IoT型高齢者見守りシステムサービス ・高齢者向け見守りコミュニケーションサービス ・不正注文検知 ・不正アクセス検知 AI ⑤
ネット空間	【接点コントロール】 ・迷惑SMSブロック ・ウェブ上の広告ブロック ・インターネット詐欺セキュリティソフト AI ②	【注意喚起、情報格差の是正】 ・ダークパターンの検出 【証拠の記録】 ・マルチモーダル対話エージェント AI ④	